

การเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่
รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง

**Enhancing Entrepreneur Perception of Tobacco Products Information in
the Operational Areas of the Chiang Mai Excise Office, Fang Branch**

อธิปัตย์ ฤทธิฤชัย และ พจนา พิชิตปัจจา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Athipat Rittruechai and Pojjana Pichitpatja

Chiang Mai University, Thailand

Corresponding Author, E-mail : Athipat_rit@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์แนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง 2) ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงออกแบบโดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และรูปแบบการสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือ เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง จำนวน 5 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน

ผลการศึกษาพบว่า 1) แนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิตในพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง คือ การใช้ทักษะ, ความรู้ความสามารถในการสื่อสารเฉพาะด้านของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง โดยการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้ายาสูบ กฎหมาย และข้อกำหนดของใบอนุญาต รวมถึงการตรวจสอบสินค้ายาสูบที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนข้อกำหนดในการปฏิบัติของผู้ได้รับอนุญาต 2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ควรมีรูปแบบเป็นสื่อรูปภาพที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจได้ง่าย ผ่านช่องทางออนไลน์

คำสำคัญ: การเพิ่มการรับรู้; การสื่อสารภาครัฐ; สินค้ายาสูบ; สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง

Abstract

This study was aimed at 1) analyzing the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch relations approaches for tobacco products and 2) designing the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch public relations media for tobacco products that are consistent with and appropriate to the area contexts in order to enhance entrepreneur perception of tobacco products information in the operational areas of the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch. This study was design research with qualitative analysis. Data were collected from in-depth interviews using an informal semi-structured interview method. The population of this study consisted of five officials of the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch, and ten entrepreneurs.

According to the results of the study, 1) the Excise Department's public relations approaches for tobacco products in the operational areas of the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch, included the use of specialized communication skills and abilities of the officials of the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch, by providing knowledge and understanding about tobacco products, laws, and license requirements, including inspection of legal tobacco products and requirements for tobacco sales licensees, and 2) public relations media that are consistent with and appropriate to the area contexts of the Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch, should be visual media that makes it easy for entrepreneurs to understand through online channels.

Keywords: Perception enhancement; Government communications; Tobacco products; Chiangmai Area Excise Office, Fang Branch

บทนำ

สินค้ายาสูบ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของใบยาสูบหรือฟีนิกโคทีเยนา ทาแบกคัม (*Nicotiana tabacum*) และให้รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารนิโคตินเป็นส่วนประกอบ ซึ่งบริโภคโดยวิธีสูบ ดูด ดม อม เคี้ยว กิน เป่า หรือพ่นเข้าไปในปากหรือจมูก ทา หรือโดยวิธีอื่นใด เพื่อให้ได้ผลเป็นเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาตามกฎหมายว่าด้วยยาตาม พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560

สำหรับทวีปเอเชียค้นพบว่าประเทศแรกที่ปลูกยาสูบ คือ ประเทศฟิลิปปินส์จากนั้นจึงมีการแพร่ขยายไปยังประเทศอินเดีย จีน อินโดนีเซียตามลำดับ สำหรับประเทศไทยยังไม่มีหลักฐานที่แน่ชัดว่าเริ่มมีการสูบยาสูบตั้งแต่เมื่อใดหากแต่มีการรวบรวมหลักฐานที่ได้จากการพบเจอ เช่น กล้องยาสูบในสมัยสุโขทัยที่ทำให้เชื่อว่าคนไทยได้มีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับยาสูบมาประมาณ 700 ปี อ้างอิงหลักฐานทางลายลักษณ์อักษรที่ค้นพบสามารถอ้างอิงได้ว่าการสูบยาในประเทศไทยได้มีมานานกว่า 300 ปีแล้ว (การยาสูบแห่งประเทศไทย, 2558)

ประเทศไทยมีการควบคุมการบริโภคยาสูบมาเป็นระยะเวลายาวนานโดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อปัญหาและผลกระทบของการสูบบุหรี่ ซึ่งยาสูบเป็นสินค้าที่สามารถแบ่งออกได้หลายชนิดได้แก่ บุหรี่ซิการ์ แรต บุหรี่ซิการ์ บุหรี่อื่น ยาเส้น ยาเส้นปรุง และยาเคี้ยว ซึ่งเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมด้วยการจัดเก็บภาษีโดยกรมสรรพสามิต เหตุผลที่รัฐต้องจัดเก็บภาษีเพราะการบริโภคยาสูบ ก่อให้เกิดต้นทุนต่อสังคมและเป็นมลพิษต่อ

สิ่งแวดล้อมและส่งผลอันตรายต่อผู้บริโภค เช่น โรคมะเร็ง โรคถุงลมโป่งพอง ผลกระทบต่อเด็กและผู้ตั้งครรภ์ จากผลกระทบที่เกิดขึ้นรัฐจึงมีมาตรการทางภาษีในการควบคุมการบริโภคโดยการกำหนดและดำเนินนโยบายในการควบคุมสินค้ายาสูบ และมีกลยุทธ์ในการควบคุม ตระหนักถึงผลกระทบของการโฆษณาการส่งเสริมการขายและการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ ความจำเป็นที่จะต้องร่วมมือกันในการจำกัดการจัดจำหน่ายสินค้ายาสูบที่ผิดกฎหมาย ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดไม่ว่าจะเป็นการผลิต การลักลอบขนส่ง หรือการทำและปลอมแปลงสินค้ายาสูบผิดกฎหมาย การควบคุมการแพร่ระบาดของยาสูบปลอมและยาสูบที่หลีกเลี่ยงการชำระภาษีในประเทศไทยถูกควบคุมด้วยการใช้กฎหมายของกรมสรรพสามิต กรมสรรพสามิตมีอำนาจหน้าที่โดยตรงในการจัดเก็บภาษีสินค้าประเภทยาสูบ อีกทั้งได้ดำเนินการป้องกันและปราบปรามโดยการจับกุมผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับสินค้ายาสูบ แห่ง พ.ร.บ. ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 คือ สินค้ายาสูบหนีหรือหลีกเลี่ยงการชำระภาษีที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อชดเชยสังคม สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

กรมสรรพสามิตมีการปรับโครงสร้างภาษียาสูบใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2564 จากการปรับโครงสร้างภาษียาสูบใหม่ในปี พ.ศ. 2564 ผลการปราบปรามคดียาสูบของกรมสรรพสามิตในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2565 พบว่ามีการกระทำความผิด จำนวน 9,398 คดี ซึ่งสูงกว่าปี พ.ศ. 2564 มากถึงจำนวน 2,274 คดี คิดเป็นร้อยละ 31.92 (กรมสรรพสามิต, 2565) ซึ่งหนึ่งในเหตุการณ์ที่ผ่านมา เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2564 (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) พบว่า เจ้าหน้าที่สรรพสามิตจังหวัดอุดรธานี ได้ทำการจับกุมผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้กระทำความผิดเกี่ยวกับสินค้ายาสูบ โดยผู้ประกอบการได้รับซื้อสินค้ายาสูบที่มีราคาต่ำกว่าท้องตลาดและผู้ประกอบการอ้างว่าไม่ทราบว่าเป็นสินค้าเลี่ยงการชำระภาษีสรรพสามิต จากเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดกระแสวิพากษ์ทางสังคมต่อกรมสรรพสามิตชี้ให้เห็นว่าประชาชนและผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจรวมถึงความแตกต่างของสินค้าที่ชำระภาษี และสินค้าที่เลี่ยงการชำระภาษี ในการตรวจสอบเครื่องหมายแสดงการเสียภาษีที่ถูกต้อง

สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง เป็นพื้นที่ระดับอำเภอ มีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการที่ขอใบอนุญาตจำหน่ายสินค้ายาสูบ โดยสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง มีเขตพื้นที่รับผิดชอบคือ อำเภอฝาง อำเภอแม่เมาะ และอำเภอไชยปราการ เป็นพื้นที่ต่อเนื่องติดกับชายแดน มีความเสี่ยงต่อการลักลอบขนส่งสินค้าผิดกฎหมายประเภทยาสูบ และนำมาโดยมิได้ชำระภาษีสรรพสามิตซึ่งเป้าหมายของคนกลุ่มนี้คือการจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการที่ขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้ายาสูบ และตกเป็นผู้กระทำความผิดกฎหมายว่าด้วยกฎหมายตาม พ.ร.บ. ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ผลการปราบปรามคดีสินค้ายาสูบของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ตั้งแต่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 พบว่ามีการกระทำความผิด จำนวน 40 คดี ซึ่งสูงกว่าปี พ.ศ. 2564 จำนวน 7 คดี คิดเป็นร้อยละ 21.21 (กรมสรรพสามิต, 2566) จากสถิติภายหลังการปรับโครงสร้างภาษียาสูบของกรมสรรพสามิต แสดงให้เห็นว่ามีผู้กระทำ

ความผิดโดยการนำสินค้ายาสูบที่ไม่ได้ชำระภาษีมาจำหน่ายในประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษีอย่างถูกต้อง

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ทั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลข่าวสาร ข้อปฏิบัติของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบ และแสดมปียาสูบ รวมถึงข้อบังคับของกรมสรรพสามิต เพื่อหาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิตของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิตที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิต
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิตที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงออกแบบโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพในการทำการวิจัย โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth interview) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi – structure interview) ในรูปแบบการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง จำนวน 5 คน ผู้ซึ่งเป็นเจ้าพนักงานสรรพสามิตผู้ดำรงตำแหน่งที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในปัจจุบัน หรือผู้ได้รับมอบหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอนุมัติ อนุญาต การกำกับและดูแล ในการออกใบอนุญาตขายยาสูบ 2) ผู้ประกอบการร้านค้าในเขตพื้นที่อำเภอฝาง แม่ฮาย และไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 คน โดยทำการเลือกร้านค้าในพื้นที่เกี่ยวข้องกับการขายยาสูบและเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายยาสูบประเภทที่ 1 (ขายส่ง) เป็นร้านค้าขนาดใหญ่ ในพื้นที่อำเภอฝาง แม่ฮาย และไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - structure Interview Form) มีการกำหนดประเด็นที่ต้องการศึกษาไว้ในลักษณะคำถามปลายเปิด (Open – ended Questions) เพื่อใช้ในการตั้งคำถามที่อยู่ในขอบเขตของประเด็นที่ต้องการ โดยมีประเด็นคำถาม 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ (ผู้ส่งสาร)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิต ประกอบด้วย 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ทักษะคติ 3) ความรู้ 4) วัฒนธรรม 5) ข้อมูล (เนื้อหา) และ 6) ช่องทาง

ตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการ (ผู้รับสาร) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

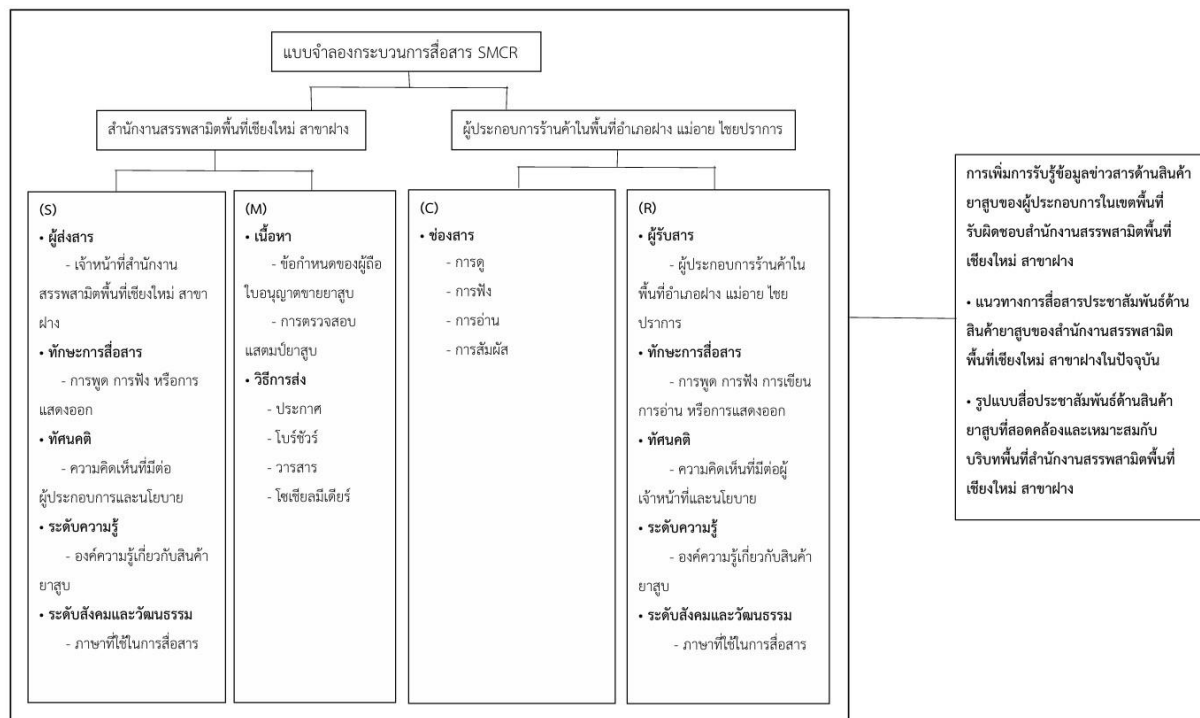
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ทักษะคติ 3) ความรู้ 4) วัฒนธรรม 5) ข้อมูล (เนื้อหา) และ 6) ช่องทาง

ตอนที่ 4 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิตที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ดำเนินการโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยมีลำดับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ 2) เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วน นำข้อมูลมาทำการสรุป เพื่อตอบคำถามหลัก ที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์แต่ละข้อ 3) ทำการสรุปผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษาที่กำหนดไว้แต่ละข้อ 4) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบ นำสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนานำไปให้ผู้ประกอบการตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการแก้ไขความถูกต้องแล้วไปให้ผู้ประกอบการ จำนวน 2 คน ประเมินช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการวางแผนในการดำเนินงาน 5) อภิปรายผลการศึกษานำผลการศึกษาที่เป็นประเด็นสำคัญและน่าสนใจ มาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างข้อสรุปและองค์ความรู้รวบยอดที่รับจากการศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษากระบวนการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ SMCR หรือ Berlo's SMCR Model (David K. Berlo, 1960) มาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร 2) ผู้รับสาร ที่มีคุณสมบัติที่สอดคล้องหรือคล้ายคลึงกันในการสื่อสาร คือ ทักษะการสื่อสาร ทักษะคติ ระดับความรู้ และระดับสังคมและวัฒนธรรม 3) ข้อมูลข่าวสาร 4) ช่องสาร ซึ่งจะสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดงานวิจัย สามารถเชื่อมโยงกระบวนการตามแนวคิดแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร SMCR โดยมีองค์ประกอบ 4 ส่วนหลัก ดังนี้

1. **ผู้ส่งสาร (Source)** เจ้าพนักงานสรรพสามิตผู้มีหน้าที่ในการออกตรวจและแนะนำประชาสัมพันธ์และเจ้าพนักงานสรรพสามิตผู้มีอำนาจในการออกใบอนุญาตขายยาสูบ คือ หัวหน้างานจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางหรือเจ้าหน้าที่ผู้ได้รับมอบหมาย โดยเจ้าหน้าที่สรรพสามิตผู้ส่งสารมีคุณสมบัติในการส่งสารได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิด ระดับความรู้ ระดับสังคมและวัฒนธรรม

2. **ข้อมูลข่าวสาร (Message)** คือ เนื้อหาข้อกำหนดของผู้ได้รับใบอนุญาตขายยาสูบให้เป็นไปตามแบบที่อธิบดีประกาศกำหนดประกอบด้วย 1) ต้องแสดงใบอนุญาตไว้อย่างเปิดเผยและเห็นได้ง่าย 2) ต้องไม่แบ่งขายยาสูบ 3) ต้องไม่แก้ไขเปลี่ยนแปลงฉลากปิดภาชนะบรรจุยาสูบหรือราคาขายปลีกแนะนำปรากฏบนสินค้าในกรณีที่มีการแสดงราคาขายปลีกแนะนำ 4) ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การควบคุมการขายยาสูบตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ 5) ต้องไม่ขายยาสูบที่มีติดการระบุหรือแสดงว่า “ห้ามจำหน่าย” บนแสดงป้ายยาสูบ 6) ต้องขายยาสูบตามประเภท และสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต 7) ต้องปฏิบัติตามประกาศของอธิบดีที่กำหนดเพื่อประโยชน์ในการควบคุมการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเกี่ยวกับยาสูบ หรือบัญชีแสดงการขายยาสูบ หรือการแจ้งราคาขายปลีกยาสูบ 8) ผู้ได้รับใบอนุญาตขายยาสูบประเภท

ที่ 1 และ 3 ต้องจัดทำบัญชีรับจ่ายยาสูบที่ขายตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และแบบที่อธิบดีประกาศกำหนด อีกทั้ง ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ายาสูบที่ไม่ได้เสียภาษีสรรพสามิตอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากการสังเกตและตรวจสอบ แสตมป์ยาสูบของกรมสรรพสามิตด้วยวิธีการดูแลกำกับ QR code ของแสตมป์ยาสูบโดยใช้วิธีการพูดคุยหรือ การแชทผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social network), หนังสือจดหมายจากไปรษณีย์, โทรศัพท์ และช่องทาง อีเมลล์ (E-mail)

3.ช่องทาง (Channel) ช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ (ผู้รับสาร) จากการดู และการฟังโดยใช้ช่องทางการนำส่งข้อมูลข่าวสารโดยผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social media) เช่น Facebook และ LINE เป็นต้น, ช่องทางจดหมายไปรษณีย์, การพูดคุยทางโทรศัพท์ของสำนักงานและ ช่องทาง E-mail

4.ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากเจ้าพนักงานสรรพสามิต คือ สถานประกอบการในการจำหน่ายสินค้ายาสูบ คือ บุหรี่ซิการ์และยาเส้น เป็นต้น ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาต ขยายยาสูบของกรมสรรพสามิต โดยสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง มีสถานประกอบการ จำหน่ายสินค้ายาสูบผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตขยายยาสูบในเขตพื้นที่รับผิดชอบ จำนวน 845 ร้าน โดยผู้รับข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นั้นมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับผู้ส่งสารได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทักษะคิด ระดับความรู้ ระดั่งสังคมและวัฒนธรรม

ผลการวิจัย

แนวทางกระบวนการสื่อสารด้านสินค้ายาสูบกรมสรรพสามิตของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิต พื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สรรพสามิตสาขาฝางจำนวน 5 คน ค้นพบว่า เจ้าหน้าที่ เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีอายุเฉลี่ย 31 – 40 ปี และมีประสบการณ์ในการทำงานส่วนใหญ่ในช่วง 1 – 10 ปี ซึ่ง มีกระบวนการสื่อสารโดยใช้ทักษะการสื่อสารโดยการพูดคุยแบบเผชิญหน้า (face to face) สำหรับ ผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการ ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางเป็นส่วนใหญ่อีกทั้งการออก ตรวจแนะนำประชาสัมพันธ์ (ลงพื้นที่) และรองลงมาสื่อสารพูดคุยผ่านการใช้ Applications เช่น Line และ Facebook ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อผู้ประกอบการหรือผู้ขายใน พื้นที่อำเภอฝาง แม่อาย และไชยปราการ ว่ามีความเข้าใจในการขายสินค้ายาสูบ แต่มีความกังวลว่าผู้มาติดต่อ ขอใบอนุญาตขยายยาสูบกับผู้ขายที่ร้านค้าอาจเป็นคนละคนกันซึ่งอาจได้รับข้อมูลที่ไม่เพียงพอและเกิดความ คาดเคลื่อนของข้อมูลข่าวสาร เห็นควรได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมในการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายเพื่อ ป้องกันไม่ให้เกิดเป็นผู้กระทำผิดกฎหมายสรรพสามิต ด้านความรู้เจ้าหน้าที่สรรพสามิตสาขาฝางมีความรู้ ความเข้าใจองค์ประกอบของสินค้ายาสูบที่กรมสรรพสามิตกำกับควบคุมดูแล ซึ่งในพื้นที่อำเภอฝาง แม่อาย

และไชยปราการ สินค้ายาสูบที่พบส่วนใหญ่ มี 2 ประเภท ได้แก่ บุหรี่ซิการ์เรต และยาเส้น ข้อปฏิบัติของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบห้ามแบ่งขายยาสูบ ในการให้คำแนะนำประชาสัมพันธ์แก่ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่มีหลัก **ด้านวัฒนธรรม**การใช้ภาษาท้องถิ่นหรือต่างถิ่นกันสามารถอธิบายสื่อสารกับผู้ประกอบการและตอบข้อสงสัยของผู้ประกอบการได้ในการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายและให้ข้อมูลข่าวสาร **ด้านข้อมูล**เจ้าหน้าที่มีชุดข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แก่ผู้ประกอบการสินค้ายาสูบที่อยู่ในการควบคุมดูแลของกรมสรรพสามิต ได้แก่ บุหรี่ซิการ์เรต และยาเส้น เป็นหลัก วิธีการตรวจสอบยาสูบของกรมสรรพสามิต ข้อปฏิบัติของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบในการห้ามแบ่งขายยาสูบ ห้ามนำสินค้าที่มีได้ชำระภาษีมาจำหน่าย หากพบสินค้าหลีกเลี่ยงการชำระภาษีผู้ประกอบการต้องได้รับโทษทางกฎหมาย ถูกจับถูกปรับ **ช่องทาง**ในการสื่อสารเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ให้คำแนะนำกับผู้ประกอบการโดยการเผชิญหน้า (face to face) สำหรับผู้ประกอบการที่เข้ามาติดต่อขอใบอนุญาต และรองลงมาคือใช้เครื่องมือสื่อสารให้คำแนะนำประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์โดยการใช้แอปพลิเคชัน Line และ Facebook

แนวทางกระบวนการสื่อสารในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่อาย และไชยปราการ

วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการจำนวน 10 คน ค้นพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยในช่วง 61 – 70 ปี ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นเจ้าของกิจการ ดำเนินกิจการมาแล้วเฉลี่ย 6 – 10 ปี ซึ่งมีกระบวนการสื่อสารโดยใช้**ทักษะการสื่อสาร**ส่วนใหญ่ใช้การอ่าน และการฟัง ผู้ประกอบการมี**ทัศนคติ**ที่ดีต่อเจ้าหน้าที่และส่วนใหญ่รับทราบและยอมรับถึงนโยบายการขึ้นภาษียาสูบของกรมสรรพสามิตและมีการปรับตัวต่อสถานการณ์ **ด้านความรู้**ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบอยู่บ้างแล้ว เช่น ห้ามแบ่งขายยาสูบ เป็นต้น แต่ยังขาดความรู้ในเรื่องของการดูแลควบคุมยาสูบกรมสรรพสามิตว่าควบคุมที่ติดกับตัวสินค้ายาสูบนั้นอันใดจริง อันใดปลอม **ด้านวัฒนธรรม**สามารถสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้อย่างเข้าใจและไม่พบอุปสรรคใดๆ ในเรื่องของการใช้ภาษาในการสื่อสาร **ด้านข้อมูล**ผู้ประกอบการรับรู้ข้อมูลบ้างบางส่วนแล้วจากการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นเอกสารที่มีรายละเอียดค่อนข้างเยอะ ในเรื่องของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบนั้นห้ามแบ่งขายยาสูบ เป็นต้น แต่อาจขาดข้อมูลในเรื่องของควบคุมยาสูบกรมสรรพสามิต **ช่องทาง**เดิมนั้นผู้ประกอบการได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากการเข้ารับบริการที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงมีความต้องการการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) และการลงพื้นที่พบปะผู้ประกอบการ ณ ร้านค้า เพื่อรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม

ความแตกต่างของกระบวนการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางกับผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่อาว และไชยปราการ ในการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบกรมสรรพสามิต สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง

ลักษณะข้อมูลทั่วไป

เจ้าหน้าที่สรรพสามิตเป็นเพศหญิงทั้งหมด มีอายุเฉลี่ย 31 - 40 ปี และมีประสบการณ์การทำงาน 1-10 ปี และเจ้าหน้าที่ที่มีความกังวลในการขายยาสูบของผู้ประกอบการที่อาจมีข้อมูลไม่เพียงพอเพราะผู้ประกอบการที่ขอใบอนุญาตขายยาสูบกับผู้ขายที่ร้านค้าอาจเป็นคนละคนกัน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุเฉลี่ย 61 - 70 ปี ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการและมีประสบการณ์ในการประกอบกิจการเฉลี่ย 6 - 10 ปี มีทัศนคติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่และยอมรับนโยบายการขึ้นภาษียาสูบของกรมสรรพสามิต

ทักษะการสื่อสาร

เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง สื่อสารกับผู้ประกอบการที่เข้ามาขอใบอนุญาตขายยาสูบ โดยใช้ทักษะการสื่อสารโดยเฉพาะการพูดคุย (face to face) และอาจใช้แอปพลิเคชัน เช่น Line และ Facebook เพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มเติม

ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่อาว และไชยปราการ ผู้เป็นเจ้าของกิจการ ใช้ทักษะสื่อสารผ่านการอ่านและการฟังมากกว่าการพูดคุยเผชิญหน้า เนื่องจากการขอใบอนุญาตขายยาสูบครั้งแรกที่เริ่มประกอบกิจการ ผู้ประกอบการมีความจำเป็นในการเข้ารับบริการ (walk in) ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขาโดยทำการขอใบอนุญาตขายยาสูบแล้วนั้น หลังจากได้รับใบอนุญาตขายยาสูบในปีถัดไปของการต่อใบอนุญาตผู้ประกอบการสามารถต่อใบอนุญาตผ่านช่องทางอื่น ๆ โดยไม่ต้องเข้ารับบริการ ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขา เป็นเหตุและช่องว่างของช่วงเวลาระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่อาจขาดหายไปและขาดการอัปเดตข้อมูล

ช่องทาง

เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางใช้การสื่อสารโดยการเผชิญหน้าหรือผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์เช่น Line และ Facebook

ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่อาว และไชยปราการ มุ่งเน้นการสื่อสารผ่านการอ่านและการฟังมากกว่าการพูดคุยเผชิญหน้า

ด้วยเหตุนี้ความแตกต่างระหว่างข้อค้นพบของกระบวนการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางและผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่อาว และไชยปราการ คือลักษณะข้อมูลทั่วไปในเรื่องช่วงอายุวัยซึ่งผู้ประกอบการมีอายุเฉลี่ยมากกว่าเจ้าหน้าที่ ดำเนินกิจการหรือมีอายุประสบการณ์ในการประกอบกิจการมากกว่าเจ้าหน้าที่ และวิธีการสื่อสารที่ถูกใช้งานในสถานการณ์แตกต่าง

กันกล่าวคือ เจ้าหน้าที่เน้นการเผชิญหน้าพูดคุย (face to face) เมื่อผู้ประกอบการเข้ารับบริการขอใบอนุญาตขายยาสูบ ในขณะที่ผู้ประกอบการใช้วิธีการอ่านและการฟังเป็นหลักหลังจากได้รับใบอนุญาตขายยาสูบแล้วส่งผลถึงช่องทางโดยเจ้าหน้าที่ใช้วิธีการพูดคุยแบบเผชิญหน้าเป็นหลัก รองลงมาคือช่องทางออนไลน์ผ่าน Line และ Facebook ในการให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม

จุดมุ่งหมายร่วมกันของกระบวนการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่กับผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่ฮาย และไชยปราการ

ด้านข้อมูล

จุดมุ่งหมายร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝางกับผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อำเภอฝาง แม่ฮาย และไชยปราการ มีแนวทางการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติตามกฎหมายให้มีความสำคัญของการสื่อสารในการปฏิบัติของข้อมูลที่ถูกต้องตามกฎหมายในการขายสินค้ายาสูบ ปฏิบัติตามกฎหมายในการห้ามแบ่งขายยาสูบ และการตรวจสอบยาสูบที่กำกับโดยกรมสรรพสามิต ในการสื่อสารกับผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการเน้นความสำคัญที่จะไม่ให้เกิดความคาดเคลื่อนหรือข้อมูลที่ไม่เพียงพอเกี่ยวกับกฎหมายสรรพสามิตและไม่ตกเป็นผู้กระทำผิดกฎหมายสรรพสามิต

แนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิต

เจ้าหน้าที่มีการสื่อสารโดยใช้ทักษะการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ พูดคุยแบบตัวต่อตัว การใช้ช่องทางออนไลน์โดยใช้ LINE และ Facebook รวมถึงแอปพลิเคชันอื่น ๆ **ด้านทัศนคติ**ต่อผู้ประกอบการหรือผู้ขายสินค้ายาสูบในพื้นที่อำเภอฝาง แม่ฮาย และไชยปราการ มีความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าประเภทยาสูบ มีความคิดเห็นต่อราคาและนโยบายภาษีที่หลากหลาย **ด้านความรู้**เจ้าหน้าที่ทุกคนมีความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของสินค้ายาสูบ กฎหมาย พ.ร.บ. ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และข้อกำหนดในการปฏิบัติของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบ **ด้านวัฒนธรรม**เจ้าหน้าที่ทุกคนสามารถสื่อสารกับผู้ประกอบการต่างถิ่นได้ เพื่อให้ความรู้และตอบคำถามที่ผู้ประกอบการสงสัย **ด้านข้อมูล**เจ้าหน้าที่ทุกคนให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ายาสูบประเภทของบุหรี่ ยาเส้น วิธีการตรวจสอบแสดมภ์ และข้อกำหนดของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบ ในส่วน**ช่องทางหลัก**ที่ใช้ในการสื่อสาร คือ ผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) รองลงมาคือการพบปะผู้ประกอบการในการออกตรวจแนะนำ

สื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการซึ่งค้นพบแบบกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ทัศนคติ 3) ความรู้ 4) วัฒนธรรม 5) ข้อมูล (เนื้อหา) และ 6) ช่องทางจากทั้งเจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการ โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบผ่านการตีความของปัญหาค้นพบปัญหาด้านทักษะการสื่อสาร และช่องทางที่ใช้ในการสื่อสาร โดยได้ตีความของปัญหาอันเกิดจากสาเหตุในเรื่องอายุของผู้ประกอบการเป็นผู้มีอายุอยู่ในช่วง 61-70 ปีซึ่งถือเป็นสังคมผู้สูงอายุ อาจมีประสิทธิภาพในการทำ

ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบตัวอักษรค่อนข้างยาก อีกทั้งผู้ประกอบการถือใบอนุญาตอยู่แล้วจึงใช้การรับสารผ่านช่องทางออนไลน์ในการรับข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก ขั้นตอนถัดไปต่อการตีความของปัญหาแล้วนั้นการระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาก็ให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องที่สุด จึงออกแบบสื่อรูปภาพโปสเตอร์ด้วยวิธีการส่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์ กล่าวคือ **ใช้สื่อรูปภาพและส่งช่องทางไลน์** เป็นหลัก พัฒนาด้านแบบจากเดิมกรมสรรพสามิตใช้สื่อรูปภาพที่มีรายละเอียดตัวอักษรค่อนข้างเยอะ ดังนั้นต้นแบบของสื่อที่ใช้จึงกลายเป็นสื่อรูปภาพโปสเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ ตัวอักษรสั้นกระชับรัดได้ใจความในการอ่านและดูรูปภาพ จากนั้นทำการเผยแพร่ผ่านช่องทางไลน์ของสำนักงานเพื่อเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่สาขาฝาง



รูปที่ 2 แบบสื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันและสื่อที่ผู้วิจัยออกแบบ

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง โดยทำการศึกษาประชากร 2 กลุ่ม เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน เพื่อทราบถึงแนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบกรมสรรพสามิตในปัจจุบัน ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ตามทฤษฎีแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเดวิด เบร์โล (David K. Berlo) เพื่อศึกษาพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของกรมสรรพสามิต

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ว่า เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิต มีการใช้ทักษะความรู้ความสามารถในการสื่อสารเฉพาะด้านของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง โดยการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้ายาสูบ กฎหมาย และข้อกำหนดของใบอนุญาต รวมถึงการตรวจสอบสินค้ายาสูบที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนข้อกำหนดในการปฏิบัติของผู้ได้รับอนุญาต กล่าวคือ มีการสื่อสารโดยใช้ทักษะการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ พูดคุยแบบตัวต่อตัวในการประชาสัมพันธ์กับผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการ ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง อีกทั้งใช้เครื่องมือสื่อสารอย่างแอปพลิเคชัน Line และ Facebook รวมถึงแอปพลิเคชันอื่น ๆ มีการปรับทัศนคติให้สามารถเข้าถึงผู้ประกอบการขายสินค้ามีความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าประเภทยาสูบ มีความคิดเห็นต่อราคาและนโยบายภาษีที่หลากหลาย เจ้าหน้าที่ทุกคนมีความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของสินค้ายาสูบ กฎหมาย พ.ร.บ. ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และข้อกำหนดในการปฏิบัติของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบ ในด้านวัฒนธรรม เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารกับผู้ประกอบการต่างถิ่นและสามารถตอบข้อสงสัยของผู้ประกอบการในการให้ความรู้และตอบคำถามที่ผู้ประกอบการสงสัยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ายาสูบ ประเภทของบุหรี่ ยาเส้น วิธีการตรวจสอบแสตมป์ และข้อกำหนดของผู้ถือใบอนุญาตขายยาสูบ ส่วนช่องทางหลักที่ใช้ในการสื่อสาร คือ ผ่านช่องทาง Line รองลงมาคือการพบปะผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บรม มณียศ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชนผ่านการสื่อสารของผู้ใหญ่บ้านในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใหญ่บ้านใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนในหมู่บ้าน ได้แก่ หอกระจายข่าวหมู่บ้าน แอปพลิเคชันไลน์ และการประชุมหมู่บ้าน และประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้ใหญ่บ้านต่อประชาชนในหมู่บ้าน ได้แก่ ก่อนประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผู้ใหญ่บ้านจะดำเนินการทำความเข้าใจสาร เรียบเรียงสารใหม่ และจึงนำเสนอสาร โดยประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน จะทราบสารแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับทักษะการประชาสัมพันธ์ของผู้ใหญ่บ้านส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชนในหมู่บ้านแตกต่างกัน การตั้งหรือไม่ตั้งกลุ่มไลน์ของหมู่บ้านส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชนในหมู่บ้านแตกต่างกัน

การประชุมหมู่บ้านประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารจากหมู่บ้านไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธน์แน่น (2563 : 32) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องมีความชัดเจนเรียบง่าย ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร การกำหนดเครื่องมือสื่อสาร มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการเปรียบเทียบข้อมูล มีความสร้างสรรค์ และมีความกระชับชัดเจน จะเห็นได้จากการศึกษาดังกล่าว ประสิทธิภาพการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสินค้ายาสูบของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับทักษะในการสื่อสารของเจ้าหน้าที่สรรพสามิต ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การลงพื้นที่ และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต้องมีความชัดเจนเรียบง่าย ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร การกำหนดเครื่องมือสื่อสาร มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการเปรียบเทียบข้อมูล มีความสร้างสรรค์ และมีความกระชับชัดเจน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสินค้ายาสูบที่สอดคล้องและเหมาะสมบริบทพื้นที่ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง จากการศึกษารูปแบบกระบวนการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า ผู้ประกอบการรับข้อมูลข่าวสารผ่านการฟัง ดู และอ่านขอบฟังจากเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์ และดูรูปภาพ เข้าใจข้อมูลได้ดีที่สุดผ่านการอ่าน ด้านทัศนคติมีความเข้าใจนโยบายการขึ้นภาษีบุหรี่ กังวลว่าภาษีที่ขึ้นจะส่งผลกระทบต่อยอดขาย ต้องการให้รัฐควบคุมการขายบุหรี่ที่ถูกต้องตามกฎหมายสำหรับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ด้านความรู้ รู้กฎหมายและข้อควรปฏิบัติในการจำหน่ายบุหรี่ และต้องการความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าที่กรมสรรพสามิตควบคุม ด้านวัฒนธรรมสามารถสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้ ด้านข้อมูลเข้าใจข้อควรปฏิบัติในการขายบุหรี่ เข้าใจวิธีการดูแลตมปจ.จริงและแสดมบป.ปลอม มีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนและถูกต้อง ด้านช่องทางขอรับข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Line และ Facebook รวมถึงต้องการให้มีช่องทางข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรองรับผู้ใช้งานทุกกลุ่ม ต้องการให้เจ้าหน้าที่มาประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่หน้าร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ (2563 : 59) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบสารณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการออกแบบสารณรงค์ ประกอบด้วย 1) การคัดเลือกสารเพื่อมานำเสนอในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ เนื้อหาจากข่าวแจก เนื้อหาจากกิจกรรม และข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ 2) การออกแบบสารด้วยการแปลงสารให้เข้ากับช่องทางการสื่อสารออนไลน์แต่ละประเภท การแปลงรูปแบบการนำเสนอ และการคงเนื้อหาและรูปแบบตามเดิม และ 3) การนำเสนอสารด้วยหลักการนำเสนออย่างเป็นระบบ สม่่าเสมอ และมีความต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญา วรรณกายนต์ และคณะ (2565 : 74) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟสบุ๊คสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องได้

อย่างกว้างขวาง จากการศึกษาดังกล่าว การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง ควรมีรูปแบบเป็นสื่อรูปภาพที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยสื่อต้องมีกระบวนการในการออกแบบ การคัดเลือกข้อมูลในการนำเสนอ เรียบเรียงเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจสื่อได้ง่าย การใช้รูปภาพแทนข้อความที่มีอยู่เดิมจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการมองภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

1.1 แนวทางในการสื่อสารด้านสินค้ายาสูบของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ สาขาฝาง มีการประชาสัมพันธ์กับผู้ประกอบการร้านค้าในเขตพื้นที่โดยการใช้การสื่อสารทางเดียว เนื่องจากโอกาสในการพบผู้ประกอบการที่อยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบร้านค้าทั้งหมดมีจำนวนมาก ทางเจ้าหน้าที่ควรจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและมีหนังสือที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ใบประกาศนียบัตร ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการได้ผ่านการฝึกอบรมและมีความรู้ในเรื่องสินค้ายาสูบ สินค้าเลี่ยงการชำระภาษี การตรวจเช็คแอดมัมป์ ที่ถูกต้อง และนำใบประกาศนียบัตรติดแสดงพร้อมกับใบอนุญาตขายยาสูบ เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรายนี้ไม่ขายสินค้าที่เลี่ยงการชำระภาษี และเจ้าหน้าที่ก็สามารถตรวจสอบได้ง่ายว่าผู้ประกอบการรายนี้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่แท้จริง

1.2 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ควรมีการปรับให้เข้ากับยุคสมัยตามสถานการณ์และเข้าใจได้ง่าย เช่น โปสเตอร์ ที่ผ่านการคัดกรองข้อมูล และเรียบเรียงจากตัวหนังสือให้เป็นรูปภาพ โดยรูปภาพชี้ให้เห็นและเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น เนื่องจากบริบทพื้นที่ที่มีความหลากหลายในเรื่องของภาษาซึ่งการใช้รูปภาพในการสื่อสารเป็นทางเลือกให้กับผู้ประกอบการในการรับรู้ข้อมูลได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถเพิ่มสื่อในรูปแบบอื่น เช่น วิดีโอ ในการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันที่ประชาชนหรือผู้ประกอบการมีความนิยมอย่างแพร่หลาย เช่น Tiktok รวมถึงแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ของผู้ประกอบการทุกกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับยาสูบในจังหวัดอื่นๆ เพื่อที่จะทำให้ได้รับข้อมูลมากยิ่งขึ้น และสามารถนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้เพื่อหาความแตกต่าง

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจดำเนินการในรูปแบบของงานวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาประเด็นและปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพสามิต. (2564). ปรับโครงสร้างภาษียาสูบใหม่. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2566. แหล่งที่มา : <https://webdev.excise.go.th/act2560/images/ข่าวฉบับที่48ปรับโครงสร้างภาษีบุหรี่.pdf>
- กรมสรรพสามิต. (2565). สรรพสามิตโซว์ปราบปรามบุหรี่ปิดกฎหมายล๊อตใหญ่ยกระดับเปิดศูนย์ปราบปรามสินค้าออนไลน์ เดินหน้าสู่องค์กรดิจิทัลตามยุทธศาสตร์ EASE EXCISE. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2566. แหล่งที่มา : <https://www.excise.go.th/cs/groups/public/documents/document/dwnt/ndc3/~edisp/uatucm477311.pdf>
- การยาสูบแห่งประเทศไทย. 2558. ยาสูบกับการค้นพบ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2566. แหล่งที่มา : <https://www.thaitobacco.or.th/2015/01/006812.html>
- ไทยรัฐออนไลน์. 2564. หนุนพิการติดคุกแทนแม่ สรรพสามิตจับบุหรี่ปลอม น้องเอาที่จำนองขอประกัน. *ออนไลน์*. สืบค้น เมื่อ 6 สิงหาคม 2566. แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/news/local/northeast/2239645>
- นิษฐา หุ่นเกษม, นิศารัตน์ วิไลลักษณ์ และปรัชญา ทองชุม. 2563. การออกแบบสารณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการออกแบบสารณรงค์. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*. 11 (2), 51-63.
- บรม มณียศ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชนผ่านการสื่อสารของผู้ใหญ่บ้านในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน. [ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เพ็ญกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธน์แน่น. 2563. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*. 38 (1), 22-33.
- อัษฎา วรรณกายน, นิคม ลนชุดทด, สุชาติ ดุมนิล และอภิชัย ไพรสินธุ์. 2565. การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค. *วารสารจุฬามหานคร*. 9 (12), 61-76.